

**Mipymes en México: relevancia, retos y potencialidades**  
**MSMEs in Mexico: relevance, challenges, and potentialities**  
**MPMEs no México: relevância, desafios e potencialidades**

**Artículo de investigación**

**Esperanza Rivera Rodríguez<sup>1</sup>**

Universidad Autónoma de Chiapas, México

<https://orcid.org/0000-0001-7443-2453>

[riverar\\_05@hotmail.com](mailto:riverar_05@hotmail.com)

**Cómo citar el artículo:**

Rivera-Rodríguez, E, y Marcial-Romero, N.  
(2021). Mipymes en México: relevancia, retos  
y potencialidades. *RIIED*, Vol. 2 (2), 1-8

**Recibido:** 12/03/2021

**Revisado:** 19/04/2021

**Aprobado:** 13/05/2021

**Nila Marcial Romero<sup>2</sup>**

Colegio de Postgraduados, México

<https://orcid.org/0000-0002-3718-6545>

[nilamarcial72@gmail.com](mailto:nilamarcial72@gmail.com)

**Resumen**

Las Mipymes en México son un motor de crecimiento y fuentes de empleo que se enfrentan a la falta de información, lo que ha obstaculizado su crecimiento, competitividad y permanencia en el mercado. La presente investigación tiene el objetivo de analizar la relevancia de las Mipymes en México, sus retos y potencialidades. La metodología empleada se basó en un estudio descriptivo. Los resultados muestran que dentro de los principales retos que enfrenta este sector se encuentran el alto nivel de competencia en un mercado global, el incremento de complejidad de su entorno y los controles gubernamentales excesivos. Se identifican áreas de oportunidad en su organización y estructura. Al considerarse un sector relevante para la economía, se sugiere que el gobierno nacional y los subnacionales mejoren la inclusión de las Mipymes en los planes y programas gubernamentales.

**Palabras clave:** competitividad, complejidad, motor de crecimiento.

<sup>1</sup> Maestría en Gestión para el Desarrollo. Universidad Autónoma de Chiapas, México. Estudiante.

<sup>2</sup> Dra. Nila Marcial Romero. Colegio de Postgraduados, México. Egreso reciente del doctorado.

## **Abstract**

MSMEs (Micro, small and medium-sized enterprises) in Mexico are growth engines and sources of employment that face lack of information, which has hindered their growth, competitiveness, and permanency in the market. The research presented in this paper has the aim of analyzing the MSMEs relevance, challenges, and potentialities. The methodology used was based on descriptive research. The results reveal that within this sector's main challenges can be found: the high level of competitiveness in the global market, the increase of complexity in its environment, and excessive government control. Opportunity areas in its organization and structure are identified. As being regarded as an important sector to the economy, it is suggested that the national and sub-national governments enhance the inclusion of the MSMEs in the government programs and plans.

**Keywords:** competitiveness, complexity, growth engine

## **Retomar**

As micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) no México são um motor de crescimento e fontes de emprego que enfrentam a falta de informação, o que tem dificultado seu desenvolvimento, competitividade e permanência no mercado. A presente pesquisa tem como **objetivo** analisar a relevância das MPMEs no México, seus desafios e potencialidades. A **metodologia** utilizada baseou-se em um estudo descritivo. Os **resultados** mostram que entre os principais desafios do setor estão o alto nível de concorrência no mercado global, o aumento da complexidade de seu ambiente e o excesso de controles governamentais. Identificam-se áreas de oportunidade em sua organização e estrutura. Considerando um setor relevante para a economia, sugere-se que o governo nacional e subnacionais melhorem a inclusão das MPMEs nos planos e programas governamentais.

**Palavras-chave:** competitividade, complexidade, motor do desenvolvimento

## **Introducción**

Los estudios en las unidades económicas de la micro, pequeña y mediana empresa (Mipymes) muestran una lucha constante por su permanencia en el mercado. En esta lucha por la permanencia, se presentan retos como la falta de organización, la deficiente capitalización y el acceso a los mercados. A la par de esta serie de retos en el entorno más cercano, las Mipymes cuentan con una serie de áreas de oportunidad en cuanto a su estructura interna tal como la capacitación del personal y la falta de un plan de mercadotecnia para impulsar el negocio familiar.

Sin embargo, poco se ha mostrado o se le ha otorgado menor relevancia al lado positivo de estos negocios. En este caso se trata de los factores positivos que se generan con la implementación de una Mypime en México; en este sentido a este sector se le reconoce su aporte en la generación de empleo y/o autoempleo. En la república mexicana, ante la falta de oportunidades de empleo en el sector formal, las Mipymes juegan un papel estratégico en cuanto a dar oportunidades de crecimiento a profesionistas que quieren mejorar sus ingresos y toman la decisión de emprender un negocio.

Mac-Clure (2001) señala que a través de las Mipymes se cubre una parte importante del empleo generado en el país. Con relación a los vínculos comunitarios que generan estos negocios, Cruz et al. (2016) afirman que las Mipymes inciden en el comportamiento económico de su entorno más

cercano al generar procesos productivos. En cuanto a la generación de empleo Ramos et al. (2014) sostienen el importante aporte de las Mipymes en la economía local. Por ello, el objetivo que persigue el presente artículo es mostrar la relevancia de las Mipymes en México, así como los retos a los que se enfrentan y el potencial que tienen este sector.

## Metodología y métodos

La investigación fue de carácter descriptiva en donde se llevó a cabo una revisión documental, con el objetivo de identificar los obstáculos y fortalezas de las Mipymes en México. Se realizó una búsqueda de artículos publicados en bases de datos, tal como Google académico, Redalyc, Dialnet y Scielo, seleccionando artículos relacionados con la temática en el período 2011-2020. Se realizó una revisión de bases de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Se procedió a una revisión histórica y situación actual de las Mipymes en México con los resultados de los Censos Económicos de INEGI del año 2019. Se siguió la metodología de Icart & Canela (1994), siguiendo estas cuatro etapas: 1) definición de objetivos, 2) búsqueda bibliográfica, 3) organización de la información y 4) redacción final; posterior al análisis y lectura de los artículos, se elaboró un mapa mental para la estructuración de la información. Al final se integró la información esencial de cada estudio en una tabla de análisis y síntesis, que permitió identificar hallazgos comunes y hacer la comparación de los diversos estudios (Merino-Trujillo, 2013). Para identificar las regiones que integran la República Mexicana se tomó como referencia el Informe de movilidad social en México 2019 (CEEY, 2019)

## Resultados y discusión

En México, como resultado de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE, 2018), se registraron (en ese año) poco más de 4.1 millones de Mipymes, clasificadas en los sectores de manufacturas, comercio y servicios privados no financieros (ver Tabla 1).

**Tabla 1.** Número de empresas por tamaño

Tamaño	Unidades económicas	Participación (%)
Micro	4 057 719	97.3
Pequeñas y medianas	111 958	2.7
Total	4 169 677	100.0

Fuente: ENAPROCE (2018). Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

A nivel país y de acuerdo con los Censos Económicos (CE, 2019), de los 4.9 millones de establecimientos del sector privado y paraestatal registrados, el 99.8% pertenecen al conjunto de establecimientos caracterizados como: micro, pequeños y medianos. A pesar de su relevancia, en Latinoamérica no existe un criterio único para definir a las Mipymes, esta clasificación varía de acuerdo con el sector, su clasificación puede ser manejada desde los criterios de número de empleados, volumen de ventas o activos fijos (Saavedra & Hernández, 2008). En México, la

clasificación se realiza por parte de la Secretaría de Economía y abarca el número de trabajadores que emplean, así como por el volumen de ventas (Ver tabla 2). La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa establece en su fracción III, artículo tercero, una categorización de acuerdo con el rubro de actividad: industrial, comercio y servicios (DOF, 2019).

**Tabla 2.** Estratificación de micro, pequeña y mediana empresa en México

Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Diario Oficial de la Federación (2019).

De acuerdo con el Censo económico realizado en el año 2019 por el INEGI, la esperanza de vida de los negocios en México es de 7.8 años (INEGI, 2019); este promedio varía de acuerdo con el sector que pertenecen. Si bien las Mipymes representan un gran valor para la economía nacional, las estadísticas reflejan que su tiempo de vida es muy corto, como se observa en la tabla 3.

**Tabla 3.** Tasa de supervivencia por sector económico (por cada 100 negocios)

Edad de los negocios	Manufacturero	Comercio	Servicios privados no financieros	Total
0	100	100	100	100
1	70	66	68	67
5	40	33	36	35
10	30	23	26	25
15	24	16	20	19
20	20	12	15	15
25	17	9	12	11

Fuente: (INEGI, 2019).

En la tabla anterior se observa que el sector comercio tiene una menor esperanza de vida. En México, este sector representa el 21.4% de las actividades económicas, mientras que la de mayor presencia son las actividades industriales con un 45.6% y los servicios reflejan el 33% restante (CE, 2019); dentro de estos mismos resultados se refleja que, predominan los micronegocios como los establecimientos activos, teniendo como sus principales actividades el comercio al por menor y al por mayor.

En la última década hubo un incremento en la mortandad de las Mipymes en México. Lima-Vázquez & Duana-Ávila (2020) plantean que, en el país se registra un muy alto índice de mortandad en Mipymes, pues solo el 7% de las empresas que nacen logran sobrevivir en un plazo de 3 años, los autores atribuyen este dato a la ausencia de planificación financiera, lo que repercute en la falta de crecimiento de las empresas.

En un estudio realizado en una región de la entidad federativa de Colima (región centro-norte), por González et al. (2018), los autores identificaron que las Mipymes surgen como producto de los reiterados desequilibrios económicos y los efectos de la sustitución del factor trabajo por el factor capital que realizan las empresas de mayor escala, para mejorar en competitividad, esta situación provoca que el autoempleo se convierta en la única alternativa de fuente de ingresos para una gran parte de la sociedad; también se detectó que las Mipymes operan con limitados activos productivos, tanto de capital, tecnológicos, financieros y recursos intangibles, lo que les obstaculiza su permanencia en el mercado.

Amador et al. (2011), realizaron un estudio en Cuauhtémoc, en la entidad federativa de Chihuahua (región norte), obteniendo como resultado que, el ramo con mayor presencia en el mercado es el sector comercial, en tanto que el industrial y el de servicios representan menor proporción; una de las problemáticas generales fue el acceso a financiamientos de instituciones bancarias o gubernamentales, seguido de la falta de recursos humanos comprometidos con la empresa, así como ausencia de actividades de planeación y estrategias de mercadotecnia.

En tanto que, Rodríguez & Romo (2013) realizaron una investigación durante el periodo 2006-2011 en la región de los Valles, en la entidad de Jalisco (centro-norte) e identificaron que la mayoría de las Mipymes no tienen estrategias de mercadotecnia y esta situación limita sus posibilidades de crecimiento, por ello los autores sugieren que si las empresas desean aumentar sus probabilidades de supervivencia, deben mejorar las condiciones de comercialización de sus productos, esto debido a que la competitividad está presente en todos los mercados, no solo metropolitanos, urbanos, sino también, en espacios semiurbanos o incluso rurales, por lo que deben adaptarse a las condiciones actuales y buscar nuevas estrategias para lograr su permanencia. Esta situación se confirma con lo señalado por Armas, (1999) al indicar que las Mipymes practican poco las acciones y estrategias de la mercadotecnia, identificándose como una de sus principales debilidades, propiciando un desconocimiento de lo que quieren, donde están, quienes son los clientes y por qué le compran (citado por Rodríguez & Romo, 2013).

Al respecto, en el estudio realizado por Gómez, et al. (2014), se analizaron las estrategias de mercadotecnia de las Mipymes del sector comercial de 13 ciudades de México, identificando que la ciudad donde están ubicadas es un factor que influye en la aplicación de las estrategias de Mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción), y en las actividades de investigación de mercados y plan de negocios. Destacando la ciudad de Hermosillo, Sonora (región norte), por considerarse que es una ciudad donde las microempresas realizan una planeación de objetivos y ventas anuales, además de que un mayor número de microempresarios desarrollan planes de crecimiento para sus negocios. Con base a los resultados, estos autores sugieren que todo establecimiento, por pequeño que sea, debe ser administrado estratégicamente, por lo que la planeación se considera de vital importancia para su crecimiento.

Valenzuela et al. (2016) señalan que las oportunidades de crecimiento de una Mipyme en un contexto urbano no se pueden comparar con las Mipymes ubicadas en un contexto rural, debido a que el comportamiento es totalmente diferente. En el estudio realizado a las Mipymes del Valle de Mexicali (región norte), considerando la medición de la competitividad, se demostró la limitada capacidad de crecimiento que tienen las empresas de este sector. Destacan aspectos internos como la planeación estratégica, recursos humanos y contabilidad y finanzas en contraste con aspectos

que fortalecen la profesionalización de las empresas. Por lo que los autores señalan que el sitio geográfico en el que se ubique una Mipyme sin duda condiciona su competitividad.

El panorama no es distinto en Zacatecas; en donde Rodríguez et al. (2017) analizaron la situación de las Mipymes en la zona conurbada Zacatecas-Guadalupe (región norte-occidente), obteniendo como resultado que la principal causa de cierre de las Mipymes comerciales es la falta de programas de gobierno y la ausencia de una investigación de mercado antes de iniciar sus operaciones. La mortandad es atribuida a la deficiente administración de los recursos, derivada de la nula preparación y visión de los empresarios que se deriva de la ausencia de información.

En contraste, algunos resultados son alentadores, como el de Sánchez et al. (2017) en donde los autores señalan que la administración de una Mipyme representa un gran reto ante las condiciones de este mundo globalizado, por lo difícil que resulta implementar estrategias de mercadotecnia, procesos administrativos y financieros, en el estudio se señala que la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, a pesar sus limitados recursos, se está trabajando en áreas de planeación estratégica, adquiriendo conocimiento y aplicando estrategias de mercadotecnia, lo que les ha favorecido en su permanencia y ha permitido conducirlos hacia la búsqueda de mayor competitividad. Por lo que afirman que el utilizar estrategias de marketing como tener conocimiento de su mercado permitirá a una Mipyme incrementar las posibilidades de un mayor impacto en el mercado y lograr su supervivencia.

En un contexto de mercado cada vez más exigente, las Mipymes deben desarrollar nuevas estrategias que les permitan no solo sobrevivir, sino desarrollar recursos y capacidades encaminadas a lograr la interacción y participación en todos los ámbitos de negocios (López, 2018). Almaza et al. (2019) plantean que la innovación es fundamental para lograr el éxito competitivo, los autores exponen como resultados del estudio realizado a las Mipymes sector comercio de Lázaro Cárdenas, Michoacán (región centro-norte) en donde se reflejaban un mayor posicionamiento en el mercado y las Mipymes presentaron una sinergia entre sus factores internos a través de la planeación estratégica y recursos humanos capacitados que les permitió tomar mejores decisiones y estar en constante innovación.

Por tal motivo, se sostiene que las microempresas necesitan desarrollar estrategias que las haga ser competitivas; entendiendo a la competitividad como la capacidad de una organización para sostener o incrementar su participación en el mercado estableciendo innovadoras estrategias empresariales, logrando un sostenido crecimiento de la productividad, fortaleciendo la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente (Solleiro & Castañón, 2005).

Finalmente y coincidiendo con Nuño (2012) el gran reto de estas unidades económicas es mantenerse vivas, en un entorno que las reta a luchar día con día, con el apoyo de estrategias, capital humano, métodos, técnicas y procesos; los tres principales retos a los que se enfrenta son: 1) la nueva economía de globalización provoca un alto nivel de competencia 2) el aumento en la complejidad de los mercados y 3) los excesivos controles gubernamentales y altas tasas impositivas (citado en Solís & Robalino, 2019).



## Conclusiones

La relevancia de las Mipymes en México radica en los casi 5 millones de establecimientos que pertenecen a este sector y contribuyen a la generación de empleo y autoempleo en un país con falta de oportunidades laborales para la población económicamente activa. Sin embargo, dentro de los retos que enfrentan las Mipymes se encuentran el alto nivel de competencia ante una economía de mercado abierto y, la falta de preparación ante un mercado cada vez más complejo y con distintas estrategias de captación de clientes; además, el aparato gubernamental lejos de ayudar inhibe la inversión de estas economías de mercado. No obstante, la otra cara de la moneda refleja el potencial de crecimiento de estos negocios en donde su tamaño no es un obstáculo más bien este factor puede ser aprovechado en la organización y estructura. Por ello, se sugiere una mayor inclusión de las Mipymes en los planes y programas gubernamentales enfocados a propiciar espacios para la capacitación, gestión, mercadotecnia y financiamiento con políticas públicas adecuadas a su entorno.

## Referencias bibliográficas

- Almanza, R., Calderón, P., & Vargas, J. G. (2019). Los factores internos de las pymes y su influencia en la competitividad. *Horizontes empresariales*, 19 (2), 28-45.
- Amador, T. D., Martínez, E., & Campos, G. (2011). Factores que promueven la competitividad de las mipymes en la región de cd. Cuauhtemoc, Chihuahua, México. *Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 5 (1), 2482-2496.
- Armas, V. (1999). Esplendores y miserias de las PYMEs venezolanas. *Debates IESA*, 1, 35-46.
- CE. (2019). *Censo económico*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>
- CEEY. (2019). Informe movilidad social en México 2019, Hacia La Igualdad Regional De Oportunidades. CDMX: CEEY Ed. <https://ceey.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/Informe-Movilidad-Social-en-M%C3%A9xico-2019.pdf>
- Cruz, M., López, E., Cruz, R., & Meneses, G. (2016). ¿Por qué no crecen las Micro y Pequeñas empresas en México. *La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económicoadministrativa*, 329-339.
- DOF. (2019). *Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Mipyme*. Obtenido de Diario Oficial de la Federación: <http://www.diputados.gob.mx>
- ENAPROCE. (2018). Obtenido de Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas: <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018>
- Gómez, D., López, H., Méndez, A., & Colsa, X. (2014). Estrategias de mercadotecnia en las microempresas del sector comercial: El caso de 13 ciudades de México. *Tecsisstecat*, 6 (16), 1-21.
- González, J., Osorio, G., & Mungaray, A. (2018). La microempresa mexicana, un asunto de necesidad y no de oportunidad: el caso de Colima. *Análisis Económico*, 33 (84), 123-142.
- Icart, M. T., & Canela, J. (1994). El artículo de revisión. *Enferm Clin*, 4(4), 180-184.

- INEGI. (2019). *Esperanza de vida de los negocios*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. <https://www.inegi.org.mx/temas/evnm>
- Lima-Vázquez, R., & Duana-Ávila, D. (2020). La Mortandad de las MiPyMEs en Colombia y México . *Revista Visión Internacional (Cúcuta)*, 3 (1), 8-14.
- López, V. (2018). La competitividad de las pymes en México: retos y oportunidades ante un mundo globalizado. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*, 5 (9), 79-91.
- Mac-Clure, O. (2001). Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo? *Proposiciones* 32, 158-169.
- Merino-Trujillo, A. (2013). Como escribir documentos científicos. Artículo de revisión. *Salud en Tabasco*, 19(3), 90-94.
- Nuño, P. (2012). Administración de pequeñas empresas. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0025-326X\(91\)90138-I](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0025-326X(91)90138-I)
- Ramos, A., Sánchez, M., & Trejo, G. (2014). Las MiPyMEs y la pobreza en una región del Estado de Oaxaca 2013. *Ciencias administrativas y Sociales Handbook TV: Congreso Interdisciplinario de Cuerpos Académicos*, 166-173.
- Rodríguez, E. M., Carmona, E., & Bautista, L. P. (2017). Análisis de condiciones de cierre de mipymes comerciales en la zona conurbada Zacatecas-Guadalupe en México. *Revista Global de Negocios*, 5 (7), 45-54.
- Rodríguez, J. J., & Romo, D. M. (2013). Estrategias de mercadotecnia de las mipymes que participaron en el programa de consultoría universitaria, en la región de los Valles, Jalisco. *XIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*.
- Saavedra, M., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces* (17) junio-diciembre, 122-134.
- Sánchez, J., Vázquez, G., & Mejía, J. (2017). La mercadotecnia y los elementos que influyen en la competitividad de las mipymes comerciales en Guadalajara, México. *Innovar*, 27 (65), 93-106.
- Solís, L.E., & Robalino, R.C. (2019). El papel de las PYMES en las sociedades y su problemática empresarial . *INNOVA Research Journal*, 4 (3), 85-93.
- Solleiro, J.L., & Castañón, R. (2005). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global. *Revista Iberoamericana. Globalización, ciencia y tecnología*, 5 (15), 165-167.
- Valenzuela, M.M., Vázquez, A. M., Burgueño, R., & Guillén, G. (2016). Modelo de Profesionalización para mejorar la Competitividad de las Empresas del Sector Comercial en el Valle de Mexicali. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9 (3), 83-101